Restauration rapide
Vente à emporter
Sandwicherie

Code APE 56 10C

Fiche réactualisée en septembre **2009**

Autres fiches professionnelles APCE à consulter, le cas échéant :

- ***La restauration traditionnelle***
- ***La restauration livrée à domicile.***

AVERTISSEMENT IMPORTANT

- *En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit sans l'autorisation préalable écrite de l'APCE. vinay@apce.com*
- *Cette fiche ne peut faire l'objet **d'aucune diffusion, ni d'aucune vente** sans l'autorisation préalable écrite de l'APCE. A ces fins, une convention spécifique peut être passée avec l'APCE, convention réservée aux abonnés de l'Espace professionnels APCE. vuarin@apce.com ou cassonnet@apce.com*

(Référence APCE : HOT 13)

Cette fiche a bénéficié des remarques du SNARR
Syndicat National de l'Alimentation et de la Restauration Rapide
www.snarr.fr
Elle a été enrichie grâce aux débats du salon de la VAE
www.vaeexpo.com

Sommaire

En bref ..... **Page 4**

1. Définition de la profession ..... **Page 5**

2. Des éléments pour une étude de marché ..... **Page 7**

3. Les moyens nécessaires pour démarrer l'activité ..... **Page 19**

4. Les éléments financiers ..... **Page 22**

5. Les règles de la profession ..... **Page 25**

6. Contacts et sources d'information ..... **Page 32**

7. Bibliographie ..... **Page 34**

Informations pratiques ..... **Page 36**

MISES EN GARDE

1. Fiche réalisée par l'APCE et certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à la réalisation de celle-ci, nous ne pouvons garantir dans le temps les informations et nous déclinons toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles.

2. La fiche ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise (ex. : les aides à la création d'entreprises ne sont pas traitées). Seules sont analysées les spécificités d'une profession (ex. : les aides pour l'édition de jeux vidéo). Ainsi, pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création (étude de marché, comptes prévisionnels, aides et financements, structure juridique, formalités…), reportez-vous au site internet de l'APCE www.apce.com

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

En bref

La croissance du secteur marque une pause en 2009, mais il y a fort à parier que dès 2010 la restauration rapide et la vente à emporter continueront leur expansion, portées par une offre toujours plus diversifiée et par l'évolution des mœurs.

Partout, des concepts novateurs gagnent du terrain ; notamment sur le créneau du manger sainement et de la diététique. Il y a donc encore des opportunités à saisir, car ce segment de la restauration reste abordable et plus rentable par rapport à la restauration traditionnelle. De nombreux réseaux cherchent par ailleurs implanter de nouveaux points de vente malgré la crise.

Place donc à l'imagination sur le créneau de l'achat nomade !... En respectant les nombreuses contraintes et conditions du succès qui sont passées en revue dans le cadre de ce dossier.

CHIFFRES CLES

Nombre d'entreprises	Créations annuelles	Investissement de départ
35 000 entreprises de restauration rapide	Près de 8 000 ouvertures en 2008 !	Création : minimum 50 000 € pour un petit local

Evolution de la création d'entreprises
Code APE 5610C Restauration de type rapide

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
5 121	5 269	5 252	5 006	5 276	5 772	7 860

Source : Insee

"On ne vieillit pas à table" Proverbe populaire.

1 - Définition de la profession

ACTIVITES

Les établissements de restauration rapide se caractérisent par l'absence de service à table et la possibilité de consommer, sur place ou pas, des produits standardisés conçus à partir de méthodes de fabrication industrielle. Il s'agit d'un achat effectué au comptoir par le client, qui peut choisir entre consommer sur place ou emporter les produits.
La convention collective les désigne ainsi comme des lieux de vente au comptoir de nourritures présentées dans des emballages jetables, nourritures que l'on peut soit consommer sur place, soit emporter.
En moyenne nationale, le marché se partage de façon égale entre les deux formules : consommation sur place ou VAE, vente à emporter.

Organisation

Chez les chaînes et grandes enseignes de restauration rapide, on retrouve ainsi la plupart de temps les caractéristiques suivantes (d'après le cabinet Frost and Sullivan) :

- un service presque instantané,
- un chiffre d'affaires élevé,
- des produits à faible coût,
- un choix de menus limité et standardisé,
- des articles de qualité constante préparés avec des produits alimentaires semi-élaborés ou finis,
- un équipement spécialisé à programme centralisé,
- des méthodes et systèmes pouvant être mis en place par une main d'œuvre non qualifiée ou semi qualifiée,
- des ventes au comptoir, une nourriture ou des boissons pouvant être consommées sur place ou emportées (dans des emballages jetables - ce qui distingue la restauration rapide des cafétérias).

On peut ajouter à cela : l'absence de service de table et des heures d'ouverture extrêmement larges.

NB : Si le service est rapide, le client peut rester à table aussi longtemps qu'il le souhaite : il faudrait plutôt évoquer la restauration "à service rapide", mais l'expression restauration rapide est entrée dans le langage courant.

Code APE 5610C, d'après la nouvelle nomenclature mise en service au 1er janvier 2008
http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/naf2008/naf2008.htm
La restauration commerciale est en effet partagée entre les restaurants traditionnels, les restaurants à service rapide et les cafétérias.

- la restauration de type traditionnel (code APE 56.10A) ;
- les cafeterias et autres libres-services (code APE 56.10B) ;
- **la restauration de type rapide (code APE 56.10C).**

1 - Définition de la profession

APTITUDES

La restauration rapide requiert de la part de son gérant une santé à toute épreuve, la capacité de gérer une équipe au "turnover" élevé. Homme de marketing, de gestion, habile négociateur auprès des fournisseurs, l'exploitant est avant tout un homme de terrain pragmatique et rigoureux. Il consacre une énorme disponibilité à son affaire : en dehors des heures d'ouverture avec leurs lots de surprises, il faut gérer les stocks, les approvisionnements, suivre la comptabilité et s'adapter car les modes alimentaires changent vite … **C'est le style du manager qui détermine l'état d'esprit et la motivation du reste de l'équipe et donc ses performances**.

LEXIQUE

La restauration rapide, nouvelle forme de restauration apparue vers la fin des années 1960, se trouve aussi sous les vocables "néo restauration" et "fast-food".
Elle est associée étroitement à la VAE, vente à emporter, concept plus large qui recouvre toutes les formules qui permettent d'emporter de la nourriture depuis des lieux divers afin de se restaurer plus rapidement : un achat nomade.

LE MARCHE

La restauration rapide représente environ 35 000 entreprises dont c'est l'activité principale. Parmi elles, 20 000 établissements emploient au total 123 000 salariés (*source : Insee et Unedic*).
La restauration rapide dégage un CA de plus de 10 milliards d'euros pour les seules entreprises spécialisées *(source : Gira Sic Conseil).*

Il existe une cinquantaine de réseaux de restauration rapide en France, soit 2 180 points de vente organisés en franchise *(source : revue snackfoods, février 2008).*
Concernant l'activité des chaînes, on trouve d'un côté la restauration rapide à la française (Brioche Dorée, Pomme de Pain, Paul, Crocade, etc.) qui se compose principalement de sandwicheries et de viennoiseries et qui représente 52% de l'offre de chaînes de fast-foods. De l'autre, on trouve les fast-foods de type anglo-saxon (McDonald's, Quick, KFC, etc.). En termes de CA, le marché est très largement dominé par le segment du hamburger.

Les produits de restauration rapide (sandwichs, kebabs, salades à emporter, …) sont présents dans de nombreux secteurs d'activité, notamment les boulangeries, la grande distribution, les lieux de loisirs, les transports… **Au total, plus de 60 200 points de vente** seraient concernés d'après la dernière étude de Gira Sic Conseil, ce qui correspond à un CA de plus de 25 milliards d'euros (*étude sur l'évolution de la restauration rapide,* janvier 2009).

Réponse parfaitement adaptée à l'évolution des modes de vie, le secteur de la restauration "snacking" ou "prise sur le pouce" est un des plus dynamiques de la restauration. 55% des actifs ne déjeunent pas à leur domicile (70% à Paris) et ils se partagent alors entre lieu de travail et restauration commerciale. 28% des plus de 15 ans mangent au moins une fois par semaine un repas "snacking", 9% presque tous les jours. 2 milliards de repas sur le pouce sont pris par an en France, dans des lieux divers : boulangeries, sandwicherie, GMS, restaurants de type rapide, etc. de *source LSA 23 février 2006.*

Autre indicateur : 7 achats sur 10 en restauration commerciale sont des ventes à emporter ! Aujourd'hui, la restauration rapide représente 71% des repas pris hors domicile et près des 2/3 affichent un prix moyen inférieur à 10 €, boisson comprise *(source : revue Snack and foods, septembre 2009).*

Les statistiques de l'Insee pour le Code APE 56.10C, restauration de type rapide

Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires	Salariés
30 225	8,6 mds € HT	104 144

Source : Insee services aux particuliers, derniers chiffres 2007 disponibles en août 2009, les chiffres 2008 ne sont pas encore connus au moment où nous publions ce document
Actualisation sur www.insee.fr puis services

Localisation

Grandes villes. La région Paca, puis Rhône Alpes et Aquitaine, avant l'Ile-de-France, sont les principales zones d'implantation des TPE (0 à 9 salariés) présentes dans ce secteur.

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

Produits vendus dans la restauration rapide et livrée

Ils sont nombreux mais adaptés à des repas pratiques rapides, emballés : sandwichs, hamburgers, salades…
Il se vend 1 hamburger pour 9 sandwichs, 16 pizzas et 48 plats de pâtes *(Source : Gira sic 2009)*

EVOLUTION DU SECTEUR

Les grandes tendances de la consommation alimentaire hors domicile

- La féminisation de la clientèle,
- Le poste alimentaire qui est en recul dans le budget des ménages,
- De plus en plus de repas sont pris hors du domicile (1 sur 7), dans un temps de plus en plus court (31 minutes à midi),
- De repas est vécu comme une nécessité et moins comme un plaisir.

Habitudes de consommation
- 8 repas sur 10 à moins de 15 € : ce marché est en pleine expansion,
- en revanche le segment 17 à 25 € est en panne : le marché de la restauration commerciale s'effondre par son centre,
- des repas pris à toute heure (6,2 prises alimentaires par jour) ce qui nécessite d'élargir les horaires,
- une carte souple, qui facilite des commandes personnalisées (possibilité de prendre un repas pour deux etc.)

Les trois principales attentes
1/ propreté/hygiène/sécurité alimentaire,
2/ un produit simple/facile à comprendre/équilibré pour la santé,
3/ dans une atmosphère conviviale et zen : apporter du bien être, tendance porteuse (la VAE de demain passe par l'architecture) ! *Source : Bernard Boutboul, Cabinet Gira Sic Conseil - conférence du salon de la VAE (vente à emporter) du 11 octobre 2007.*

Conjoncture

Sauf épiphénomènes, le marché ne subit pas les aléas de la conjoncture, mais on constate que le moral des Français a une influence sur la fréquentation des restaurants en général.
L'essor de la restauration rapide s'inscrit dans une tendance générale de développement de la restauration hors foyer. La croissance se poursuit, mais à un rythme moins effréné que par le passé.
Si le marché de la restauration commerciale s'est développé depuis 2000, cette évolution est surtout liée à la dérive des prix et à l'augmentation du parc ; en fait à périmètre constant, et hors inflation, la restauration commerciale indépendante est en baisse de 7% depuis le début de la décennie.

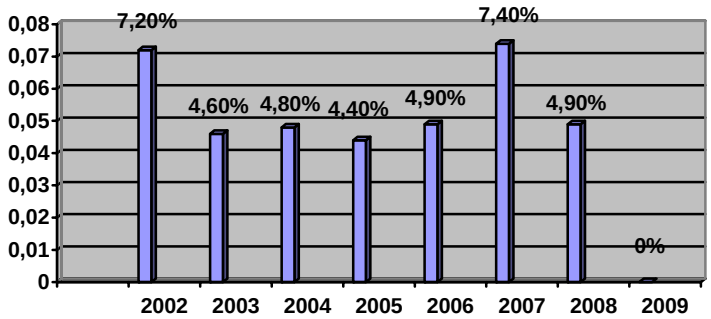
© Copyright APCE – Mise à jour 2009

2 - Des éléments pour une étude de marché

En revanche, la restauration rapide connait une croissance de près de 20% sur la même période, à périmètre constant (et une augmentation du CA de 130% lié à la fois à la croissance du parc et au CA des établissements) *source BRA tendances restauration, juin/juillet 2008.*

2006	Le secteur de la restauration rapide bénéficie d'une bonne conjoncture et le taux de croissance global est de 4% : les chaînes de restauration, dont la restauration rapide croissent plus vite que les indépendants, les poids lourds (McDonald's, Groupe Flo, Hippopotamus…) voient leur ventes augmenter de 4 à 7% à périmètre constant. L'amélioration de l'environnement économique est à l'origine de cette croissance ; seul bémol : le mois de juillet compromis par la coupe du monde de football et la canicule de *source Les Echos du 21 août 2006.* Avec plus de 12% de croissance en 2006, les 30 premiers opérateurs peuvent se satisfaire d'un bon millésime et ajoutent même 300 nouvelles adresses au tableau !
2008	Selon le cabinet Gira Sic Conseil, le secteur de la restauration rapide a enregistré une croissance comprise entre 8 et 12% en 2008, alors que les restaurants de milieu de gamme ont vu leur activité baisser de 7 à 10%. En cette période de restrictions, les clients optent pour des restaurants au niveau de gamme inférieur. Pour pallier la baisse de fréquentation de leurs établissements, les restaurants de milieu de gamme jouent sur les prix.
2009	Avec la crise économique, on note le recul de la fréquentation de 2% (1er trimestre) alors qu'elle est de 2 à 10% pour la restauration à table : la restauration rapide fait encore figure de résistance ! Selon Xerfi, la croissance doit rester stable en 2009, après dix ans de croissance ininterrompue. Et le retour à la croissance est pour 2010, avec le début de la reprise économique. La vigueur du marché est de toute façon soutenue par la croissance de l'offre.

La croissance du CA de la restauration rapide *source Xerfi*



Perspectives

Les principaux enjeux sont les suivants :

- poursuivre la diversification du réseau en dehors des zones sur-urbanisées désormais saturées ; des opportunités d'extension des réseaux existent dans les sites concédés,
- rompre avec la mauvaise image (menus plus équilibrés et moins caloriques),
- élargir la cible de clientèle et la fidéliser,
- moderniser des concepts vieillissants,
- réfléchir à la duplication des concepts à l'international *(source : www.eurostaf.fr étude publiée en janvier 2005).*

Selon une étude plus récente du cabinet Xerfi sur la restauration rapide, le secteur devrait rester stable en 2009, après avoir connu une progression annuelle de 5,5% entre 2000 et 2008. Sur cette période, 5 800 créations de restaurants rapides ont été enregistrées. Xerfi prévoit un nouvel essor de l'activité en 2010 avec l'arrivée de nouveaux concepts.

Selon le délégué du SNARR : "tout est encore possible, mais il existe déjà beaucoup de concepts et la question est de savoir si chaque nouvelle thématique réussira à se développer et à essaimer" *(source CHR l'auvergnat de Paris, septembre 2008).*

Concepts et créneaux

Les concepts se multiplient et visent pour l'essentiel la pause du déjeuner. On assiste sur ce marché à deux tendances de fond : la recherche de la qualité et aussi de l'originalité : il s'agit d'offrir de la saveur pour sortir de l'image de "mal bouffe" et de se démarquer des chaînes offrant les mêmes prestations.
La restauration rapide bio ou équilibre (le "fast good") ou de qualité ("le grognotage chic") se développe, tels les bars à soupe et les smoothies, parfois conçus avec l'aide de nutritionnistes. De nouvelles franchises proposant des produits bio et diététiques se développent dans le secteur de la restauration rapide. Ces réseaux veulent ainsi répondre aux nouvelles attentes des Français qui souhaitent avoir des repas plus équilibrés. Des enseignes comme Vivre & Savourer, Feel Juice Bar & Good food ou Planetalis annoncent un chiffre d'affaires en hausse et des projets d'ouverture.
Source : *Commerce magazine - mars 2009*

En marge des hamburgers et des sandwichs, on note aussi des concepts de type fast-food mexicain et des concepts émergents autour du café, du terroir ou du vin. Sans oublier les nombreux points de vente de kebabs, avec des produits généreux et pas chers !

Les restaurants Cojean ont inspiré de nombreux suiveurs sur le registre "snack chic version zen et diététique" *de source Le Figaro du 14 novembre 2005.* En 2007, ce sont les cantines chics qui sont à l'honneur ! Les fast-foods haut de gamme commencent à faire leur apparition dans les grandes villes de France. Des grands chefs comme Paul Bocuse ou Alain Ducasse se sont positionnés sur ce marché à potentiel.

Le fast food à la française démontre que des plats de qualité peuvent être servis comme les menus haut de gamme des restaurants Lina's sandwich, les pains perdus du livreur Class' Croûte, les plats du réseau la Tartinerie *(source : ICF Argus).*

D'autres entrepreneurs ont développé de nouveaux concepts alliant ambiance zen et restauration rapide "gastronomique" pour répondre aux nouvelles attentes des cadres et autres salariés pressés. Selon Bernard Boutboul, dirigeant du cabinet d'études Gira Sic Conseil, les consommateurs semblent prêts à payer plus chers pour ce type de restauration.
Source : Article signé Bruno Askenazi - La Tribune des entrepreneurs - décembre/janvier 2008

Autres créneaux : coffee-shops, bars à soupe, take-away asiatiques, fast-foods bio ou de pâtes. Depuis peu, les pâtes surfent effectivement sur ce marché : il existe en 2006 environ une demi-douzaine de concepts et plus de 80 implantations sur ce marché très rentable *(Dossier très complet sur www.journaldunet.com de novembre 2006 : http://www.journaldunet.com/economie/business-de/pasta-box/pasta-concept.shtml).*

Enfin, pour d'autres, l'avenir est à la restauration rapide combinée avec d'autres services (cybercafé par exemple ou ambiance multimédia de Starbucks).

Dernières tendances : l'authentique, le light, l'ethnique ; les gammes doivent être variées mais peu élargies : trois ou quatre sortes de salades ou de sandwichs ; l'offre doit évoluer tout au long de la journée, d'après des consultants spécialisés.

Le cas du sandwich

Le sandwich continue sa croissance :
Les ventes de sandwichs ont augmenté significativement ces derniers temps, affichant 11% de progression en volume en 2008, alors que les hausses annuelles étaient de l'ordre de 5 à 8% entre 2003 et 2007. Parmi les raisons de cette dynamique, figurent la crise économique actuelle (qui entraine une moindre fréquentation des bars et restaurants), ainsi que les efforts de qualité et de diversité sur le pain, les garnitures, les formules équilibrées… *(source Les Echos, d'après Gira Sic Conseil).*
C'est ainsi que le chiffre d'affaires estimé du marché du sandwich pour 2008 s'est élevé à 6,1 milliards d'euros pour près de 1,8 milliard d'unités consommées. Si sa progression est continue depuis 2003, le sandwich a "surperformé" l'an dernier enregistrant une croissance de 11% avec une forte poussée au second semestre selon les analyses du cabinet Gira Conseil (source : Da-mag http://www.la-da.com/anciens-numeros/da-mag-no-avril-7-48.html)

Il s'est vendu 1,2 milliards de sandwichs en France en 2007, pour un chiffre d'affaires de 3,8 milliards d'euros, en hausse de 4,5%. Des scores que n'avait certainement pas imaginés sir John Montagu, quatrième comte de Sandwich, joueur invétéré, qui avait inventé ce mode de restauration rapide au XVIIIe siècle pour ne pas interrompre sa partie de cartes !
Les sandwicheries assurent à présent 20% du volume total des ventes de sandwichs, en seconde position devant les boulangeries qui détiennent 22% du marché (*source : Xerfi d'après Gira foodservice 2006).*

Le sandwich se place loin devant le hamburger : 1 hamburger pour 9 sandwichs achetés *(revue Snack and Foods, automne 2007*). 70% des actifs français consomment un sandwich à l'heure du déjeuner.

Pour face faire à cette demande, les chaînes de sandwicheries se multiplient (exemples : Paul, Pomme de pain, Brioche dorée, Mie Câline, Kas'Krout, Subway…).

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

2 - Des éléments pour une étude de marché

La consommation moyenne d'un Français est de 20 sandwichs par an mais celle d'un parisien est supérieure (26 par an) ; cette consommation est encore faible, mais elle recèle un fort potentiel de croissance. Le prix moyen du sandwich est légèrement supérieur à 3 €, mais les écarts d'un lieu de vente à l'autre sont extrêmement importants. Les enseignes de hard-discount les proposent à 1,30 €, mais, dans les aéroports, le prix du sandwich s'envole fréquemment au-dessus des 5 €. Une formule à 1 € a même vu le jour, Goutu
http://www.goutu1.com

Quoi qu'il en soit, **c'est la formule de restauration rapide de loin privilégiée par les Français**. Ils mangent 20 sandwichs par an, contre 12 pizzas et 11 hamburgers. La progression des ventes des premiers (+ 30% au cours des cinq dernières années) est sans commune mesure avec celles des deuxièmes (+ 10%) et des troisièmes (+ 13%). L'envolée des matières premières et la baisse du pouvoir d'achat amènent les Français à faire des arbitrages budgétaires, auxquels s'ajoutent des contraintes de temps. La boulangerie industrielle se frotte les mains.
Source : Les Échos

Perspectives pour les sandwicheries
Les sandwicheries traditionnelles et artisanales ont de beaux jours devant elles, car l'on trouve des sandwichs partout, ce qui fera la différence sera celui qui sera beau, bon, généreux, et frais. Pour ceux qui n'ont pas d'autres possibilités que passer par une fabrication industrielle, il faudra être bon en marketing (*propos tenus par Bernard Boutboul, revue snack and foods, septembre/octobre 2008).*

Pour tout savoir sur le sandwich : rendez vous au salon European sandwich and snack now !
http://www.sandwichshows.com/index.htm
Un article de Daici, juin 2009 http://www.daici.com/pic/316/independant.aspx
Un site dédié aux sandwichs http://www.club-sandwich.net

Quelques conseils pour une étude de marché locale ou régionale

La mairie, les organismes consulaires (CCI et Chambre de métiers et de l'artisanat), les données Odil de l'Insee http://creation-entreprise.insee.fr et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.

Le site du Minefi permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune (www.budget.gouv.fr impôts et fiscalités/les impôts en chiffres/impôts du particulier/ IR par commune).

La consommation des ménages est analysée par l'Insee et grâce aux IDC, indices de disparité des dépenses de consommation. Autres sources d'information : les antennes départementales des syndicats professionnels et la FCGA qui présente aussi ses rations par région (voir rubrique 4).

Indispensables ! L'enquête de terrain avec le repérage de la concurrence, les investigations menées sur la zone de chalandise ou auprès des fournisseurs, clients ou prescripteurs.

Par où commencer ? Comment procéder ? Un guide pour vous aider :
Réaliser votre étude de marché
Guide méthode – Nouvelle édition 2008 - APCE

CLIENTELE

- Les Français consomment 1 repas sur 7 à l'extérieur contre 1/6 pour les Espagnols, 1/3 pour les Britanniques et 1/2 pour les Américains.

- La consommation alimentaire hors repas s'envole avec près de 25% de la population qui "grignote quelque chose" dans la matinée ou l'après-midi.

- La pause déjeuner oscille entre 30 minutes et 1 heure, confirmant les 38 minutes annoncées en 2006, contre seulement 19 mn aux États-Unis.

Source : Gira Sic Conseil

La fréquentation des restaurants

Aujourd'hui, 20% des repas sont pris hors du domicile. Ce qui représente 20% du budget alimentation global des ménages français contre 16% en 1980. Et les repas à moins de 7,62 € boisson comprise représentent en France 50% contre 18% il y a vingt ans *(Gira Sic Conseil).*
Dans la restauration rapide, le ticket moyen tourne autour de 4 à 6 €, pour un repas d'environ 20 minutes.
Le temps dévolu au repas ne cesse de diminuer : 31 minutes en moyenne pour le déjeuner en 2007, contre 1 heure 38 en 1975 *(même source).*
Quant aux actifs, ils sont 55% à déjeuner hors de leur domicile : 30% sur leur lieu de travail et 25% en restauration commerciale *(Source : Girafood service /LSA du 31 mars 2005).*
Les 15-24 ans représentent environ 60% de la clientèle.

D'après une étude Secodip, toutes les CSP fréquentent les restaurants de type fast-food, mais les étudiants sont clairement les plus demandeurs. Ils recherchent dans la restauration à thème une solution intermédiaire entre la restauration rapide et la restauration traditionnelle. Leurs motivations sont le prix, le concept et le produit.

Qui va dans les fast-foods ?

82% des étudiants
51% des employés
56% des professions intermédiaires
59% des cadres et professions intellectuelles
14% des retraités

Source : http://tthomas.free.fr/pizzahut.htm)

CONCURRENCE

On distingue :

- la concurrence directe venant des autres restaurateurs rapides au sens strict (sandwichs, kebab : brochette de viandes marinées, hamburger et panini) ;
- la concurrence indirecte : stations-service, charcutiers-traiteurs, boulangers-pâtissiers, rayons traiteurs des boutiques spécialisées, restaurants des gares, des parcs de loisirs, c'est-à-dire les circuits alimentaires alternatifs : l'ensemble des commerces de restauration de proximité développent des solutions de VAE, grâce à de nouveaux packagings,
- les GMS grandes et moyennes surfaces, comme Carrefour et Casino/Relay, les cafétérias comme Casino ou Monoprix : une redoutable concurrence avec des formules souvent innovantes (des plats du soir à emporter pour les réchauffer chez soi…).
- la restauration traditionnelle...mais les frontières s'estompent de plus en plus entre les services rapides proposés chez les restaurateurs pratiquant des prix économiques ! A Paris et en province des chefs étoilés se lancent également dans la restauration rapide !
- la distribution automatique de nourritures et les formules de driving (au volant de sa voiture) : deux niches qui ont cependant du mal à s'imposer en France.

Les caractéristiques de la restauration rapide

Points forts	Points faibles
• Les Français consomment de plus en plus de repas hors de leur domicile • Abondance de l'offre en tous lieux	• Difficulté de gérer le personnel en raison du turn-over • Loyers prohibitifs dans certaines villes pour les emplacements stratégiques
Opportunités	**Menaces**
• Des créneaux encore novateurs, le nutritionnellement correct • La possibilité de rejoindre un des nombreux réseaux déjà existant	• La saturation à terme du marché ?

CREATION DES ENTREPRISES ET DEFAILLANCES

Métier avec beaucoup de rotations : un nombre élevé de créations et de défaillances également.

Nouvel code APE	Secteur	Nombre d'entreprises en 2008	Créations 2008	Taux de création
5610C	Restauration rapide	35 682	7 860	**22%**
Total, tous secteurs confondus		2 974 741	331 736	11%

Source : Insee-Sirene 2009

Les défaillances (liquidations judiciaires) en nombre d'entreprises			
Code APE	**2006**	**2007**	**2008**
5610C	860	969	1 021

Source : www.cofacerating.fr

Les cessations en nombre d'entreprises			
Code APE	**2006**	**2007**	**2008**
5610C	3 278	3 691	3 830

Source : www.cofacerating.fr

PLACE DU CREATEUR

Il est recommandé de se lancer avec une enseigne reconnue pour faire ses premières gammes sur ce marché. Une solide expérience acquise dans une chaîne est habituelle.
Principale difficulté : la fidélisation du personnel et le choix de l'emplacement : les numéros 1 sont déjà pris, ou proposés à des prix exorbitants…
Puis il faut définir son concept et ses plages horaires : restauration rapide, VAE, livraison (avec scooter…), voire traiteur.

Le restaurateur devra respecter la règle du PSQ : Propreté/hygiène, Service, Qualité.

Les 10 facteurs de succès d'après l'ouvrage de Calseyede (cf. Bibliographie)	
l'emplacement	le prix de vente
le design et la décoration	le personnel
les produits et leur préparation	la formation
le prix de revient	la propreté et la qualité du service
l'équipement	la publicité et la promotion

Il existe encore des créneaux à prendre : plats régionaux, pâtes fraîches, plats mexicains, tarteries, plats chinois, etc. Il ne faut pas hésiter à proposer d'autres produits que le sandwich, le hamburger ou le kebab ! La mode est aux concepts qui permettent de se démarquer : tendances ethnic food, salon de thé/brocante, biologique ou naturalité, régime crétois, soupes, le choix est large *de source Défis, février 2006.*

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

Le monoproduit est à éviter (sans tomber dans l'excès inverse : quinze formules à midi c'est trop !), la livraison à domicile peut être un plus. Il faut éviter l'amalgame entre restauration rapide et "malbouffe" et ne pas hésiter à proposer des produits complémentaires permettant un meilleur équilibre nutritionnel. Etre au fait des tendances de consommation est fondamental *(Source : Salon du sandwich).*
L'emplacement revêt bien sûr une importance capitale mais aussi la variété des aliments, leur fraîcheur, le décor…: matériaux bruts utilisés, recettes repensées, éléments du design souvent en rupture avec les anciens codes des restaurants : toute la créativité s'exprime aujourd'hui au sein des nouvelles offres VAE *(de source : catalogue VAE expo 2008).*

D'après une enquête dans une ville de province, 60% du CA d'un nouvel établissement est le résultat d'une création de marché, le reste est le résultat d'une possible cannibalisation auprès des concurrents déjà en place : sourire, propreté, emplacement feront la différence.

Pour survivre dans un marché hyper saturé :

- affirmer son identité ; le self fast-food est en vogue par exemple, il a su trouver son identité,
- maitriser les prix car de 2000 à 2006 la marché a progressé en valeur de plus de 50% et le consommateur ne suit plus,
- optimiser le CA, parce que la pression économique sur les loyers est en train de réduire les marges. Il faut trouver de nouveaux relais de croissance comme la restauration à toute heure, notamment en soirée,
- être plus marqué nutrition santé, avec l'aide des nutritionnistes,
- innover et anticiper à travers une offre élargie,
- être encore plus rapide (à l'image de McDonald's et de ses bornes tactiles pour commander, avec un comptoir de livraison dédié). *(source : Neorestauration mars 2007)*

Un exemple de création d'une sandwicherie (Toast'heure à Montreuil, reportage de l'émission *Zone interdite*, M6, 26 janvier 2009 http://www.toast-heure.fr/index.php)

- étude de la concurrence sur une zone,
- recherches et choix du local, visites et premières négociations,
- tests culinaire chez soi auprès d'amis des sandwichs faits maison,
- choix du nom de l'enseigne… vérifications faites auprès de l'Inpi,
- accompagnement par un réseau de création pour la faisabilité général du projet, le calcul des prix de revient, l'obtention d'un prêt d'honneur (après avoir défendu le projet devant un jury),
- obtention du prêt bancaire,
- démarrage des travaux (60 000 € financés par des fonds propres, un réseau d'aide à la création, un prêt Eden, et des prêts bancaires),
- ouverture !

PRINCIPALES ENTREPRISES

Hamburgers : McDonald's France (1 134 points de vente en 2009 - dont plus 85% en franchise), Quick France (330 points de vente en 2009) : à eux seuls, ces deux géants du hamburger se partagent l'essentiel du marché (les trois quart de la franchise pour ce type de restauration).

A noter, les industriels de l'agroalimentaire investissent à leur tour la restauration rapide en ouvrant leurs propres établissements. C'est le cas de Fleury Michon, de Panzani… *(source : LSA).*

Les leaders du marché français

Restauration rapide à la française

Enseigne	Unité franchisées en 2008	Prévisions d'ouvertures en 2009
Brioche dorée	143	65
Class'croute	87	10
Columbus café	13	10
Planetalis	17	14
Pomme de pain	27	10
Vivre et savourer	6	5

Source Franchise magazine février/mars 2009

Petite restauration à emporter

Enseigne	Unité franchisées en 2008	Prévisions d'ouvertures en 2009
A la carte	7	10
Francesca	36	40
KFC	17	Nc
Mezzo di pasta	58	22
Nooï	9	20
Waffle factory	11	6
Subway	103	65

Source : Franchise magazine février/mars 2009

A noter : la revue *Néo restauration magazine* publie en mars chaque année la liste des 30 leaders du marché. http://www.neorestauration.com

Franchises

La franchise concerne principalement les fast food à l'américaine. Seulement 15% des fast food à la française fonctionnent en réseau.

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

A noter, de belles progressions pour certaines enseignes qui continuent à se développer, à se diversifier et qui s'internationalisent. Et la percée des acteurs sur le créneau des pâtes italiennes : Mezzo di Pasta, Francesca, Nooi, Pastatcosy, Francesca, Viagio, ….

Les droits d'entrée varient en moyenne de 10 000 à 39 000 € HT, selon les concepts. Les royalties oscillent de 4 à 6% du CA et la participation publicité de 0,6 à 2% (*source : Commerce magazine et le Figaro économie des 22 et 23 août 2009).*
Le franchisé pourra connaître le mode d'emploi de la franchise en consultant *la fiche professionnelle de l'APCE, La franchise.*
Huit concepts de restauration rapide au banc d'essai *(de source revue CHR du 12 octobre 2007) :*
L' Ami Bert's, Cojean, Fin's Herb, Jour, Mezzo Di Pasta, Soup and Juice, Subway, Viagio.

RESSOURCES HUMAINES

Les emplois et le recrutement

Des candidats disponibles, souriants, rompus au stress, aptes à gérer un client pressé… et capables de monter en grade (les directeurs sont le plus souvent issus du terrain). Les fonctions sont polyvalentes pour les "équipiers" embauchés pour la plupart en CDI à temps partiel avec une moyenne de travail de 20 heures par semaine. Les fonctions sont variées et ce sont rarement des CDD contrairement à une idée répandue. Il existe quinze postes différents en moyenne dans un établissement de restauration rapide, mais trois métiers principaux :

- les employés polyvalents ou vendeurs préparateurs,
- le manager ou directeur général adjoint en charge de la gestion opérationnelle des équipes,
- le directeur responsable du restaurant et des recrutements, des approvisionnements, du respect des règles de sécurité *(Source : Le Parisien économie, 11 février 2008).*

Le turn-over est très important (80 à 100% pour le secteur). Le taux de rotation des postes augmente encore chez les jeunes recrues, et les départs atteignent un pic au moment des examens. La population qui travaille dans ce secteur est très hétérogène.

Le profil des employés à temps partiel : des étudiants, des jeunes à la recherche d'un premier emploi ou des chômeurs de longue durée, des mères de famille à la recherche d'un complément de revenus. 80% des emplois sont à temps partiel. 30 000 étudiants occupent en CDI un emploi à temps partiel dans la restauration rapide.

A signaler : la branche professionnelle a mis en place son premier CQP, certificat de qualification professionnelle en mars 2004. La promotion interne est très importance dans cette profession, 70% des directeurs d'établissements en sont issus.

La législation sociale

La législation sociale est complexe, notamment au niveau des horaires de travail et des avantages en nature (l'employeur a une obligation de nourriture ou à défaut doit allouer une indemnité compensatrice…). Consulter les organismes professionnels pour établir les contrats de travail et se tenir au courant des dernières modifications sur la durée légale du temps de travail.

Salaires : légèrement au-dessus du SMIC - Voir la **convention collective de la restauration rapide**, convention du 18 mars 1988 et ses nombreux venants. En ligne sur le site Internet du SNARR www.snarr.fr.

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

3 - Les moyens nécessaires pour démarrer l'activité

LOCAUX

Les bons emplacements sont déjà pris, on assiste donc à une migration vers la périphérie des villes.
Et à une surenchère au niveau du prix moyen des locaux de restauration rapide ! (voir rubrique suivante). On lira attentivement le bail : tout local ne peut être transformé en emplacement de restauration !

FONDS DE COMMERCE

Le prix d'une transaction est en général égal à un an de chiffre d'affaires de l'entreprise de restauration rapide rachetée : les agents immobiliers spécialisés observent que la vente d'un fonds de restauration rapide en 2009 se situe autour de 100 à 110% du chiffre d'affaires ou bien encore 10 à 15 ans de loyer dans les emplacements stratégiques.
Une alternative : acheter un fonds de commerce d'une autre nature (lingerie, coiffure…) et le transformer en fonds de restauration. Mais il faut vérifier que l'affaire s'y prête, de nombreux bailleurs n'acceptent pas ce changement à cause des nuisances… et il y a "toujours un copropriétaire qui refuse l'extraction" (celle-ci devient vite nécessaire avec la cuisson de produits et les odeurs).
Comme toute évaluation de fonds, il faut prendre en compte la rentabilité, l'emplacement et autres paramètres extérieurs.
Une autre solution, c'est de louer et non pas d'acheter les murs.

Il faut vérifier soigneusement l'état du matériel repris, sa conformité aux normes ; en cas de travaux, prévoir déjà les aménagements obligatoires en 2015 pour l'accueil des handicapés.

EQUIPEMENTS - IMMOBILISATIONS - INVESTISSEMENTS DE DEPART

Le détail des équipements

La cuisine conçue avec du matériel lié à la nature des aliments et à leur mode de préparation.
Le comptoir, l'équipement de préparation des repas : congélateur, milk shaker, distributeur, toaster, four à micro ondes, machines à café, friteuse, etc. : tout dépend du type de produit vendu (hamburger, mais aussi pizzas, cuisine chinoise, etc.)

Penser à la robustesse du matériel qui devra être entretenu souvent…

Une chambre froide avec un bon enregistreur de température est une valeur sure, préconisée par les services vétérinaires (qui exigent les relevés).

Ajouter l'équipement informatique et des caisses enregistreuses.

3 - Les moyens nécessaires pour démarrer l'activité

Chaque nouveau site doit répondre à des critères précis d'image et d'aménagement : 1 200€/m² c'est le coût minimal de réaménagement d'un site pour le décor, hors aspects techniques (*de source Néorestauration, septembre 2008).*

L'investissement minimum est de 60 000 € et il ne doit pas être inférieur à un an de chiffre d'affaires, mais tout dépend de la taille du local et du concept gourmand ou non en machines de production. Chez les jeunes concepts, l'investissement tourne autour de 300 000 voire 500 000 €.

Exemple pour une franchise :
Un restaurant rapide dans le centre ville d'Argentan
Investissement de départ : 250 000 € comprenant le droit au bail, l'agencement et le matériel,
Apport initial : 50 000 €,
CA : 600 000 € la seconde année d'activité.

MATIERES PREMIERES - FOURNISSEURS

Matières premières et équipements

Privilégier les fournisseurs certifiés à la norme ISO 9002. Les fournisseurs se choisissent au sein du réseau des distributeurs (en produits laitiers, en produits surgelés… exemple POMONA ou DAVIGEL…), dans les MIN ou à Rungis. Il faut également fréquenter les salons professionnels (Le SIAL, etc.).
Contacts : www.ffmin.com. http://www.rungisinternational.com www.sial.fr

Les grossistes en équipements pour hôtels restaurants et collectivités peuvent être repérés sur les annuaires ou sur les salons professionnels comme :

- Equiphôtel, salon des CHR www.equiphotel.tm.fr
- VAE Expo, salon de la vente à emporter www.vaeexpo.com
- La salon du sandwich www.sandwichshows.com/index.htm
- Equipmag, salon de l'équipement des technologies et des services pour les points de vente www.equipmag

4 - Les éléments financiers

CHIFFRE D'AFFAIRES - FACTURATION

Calcul du chiffre d'affaires prévisionnel

Formule : Taux de rotation des places x Nombre total de couverts matin et soir x Prix moyen d'un repas x Nombre de jours d'ouverture.

Les tickets moyens oscillent entre 7 et 11 €, selon les concepts.
45% du CA c'est de la vente à emporter, 55% en salle, mais cette moyenne cache bien sûr des disparités.

PRIX DE REVIENT - MARGE - RESULTAT

Les ratios 2007 pour la restauration rapide, communiqués fin 2008
Fédération des centres de gestion agréés
(1 797 entreprises individuelles)

CA HT moyen	Marge brute % CA	Valeur Ajoutée % CA	Charges de personnel % CA	Résultat courant % CA	Crédit clients en jours	Crédit fournisseurs en jours	Rotation stocks en jours
142 314 €[1]	67,4	46,9	18,0	16,5	1	34	14
54 372 €[2]	68,3	42,9	4,8	20,6	1	33	15

Statistiques de la FCGA
Source : Fédération des centres de gestion agréés - 2 rue Meissonier - 75017 Paris
Tél. : 01 42 67 80 62 ou www.fcga.fr

⚠ ***Attention, les ratios concernent des entreprises individuelles !***

- On pourra également retrouver en consultation libre des ratios par tranche de chiffre d'affaires sur le site des AIR CGA : www.infotpe.com

C'est un métier à marges faibles et à élasticité réduite : si on augmente les prix de 1%, on perd plus de 1% de clientèle.

[1] *Effectif : 2,2 personnes – résultat courant : 23 455 € - CA par personne : 65 432 €*
[2] *Effectif : 1,1 personne - résultat courant : 11 178 € - CA par personne : 47 533 €*

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

4 - Les éléments financiers

Les ratios 2007 pour la friterie-sandwicherie, communiqués fin 2008
Fédération des centres de gestion agréés
(304 entreprises individuelles)

CA HT moyen	Marge brute % CA	Valeur Ajoutée % CA	Charges de personnel % CA	Résultat courant % CA	Crédit clients en jours	Crédit fournisseurs en jours	Rotation stocks en jours
241 228 €[3]	66,2	46,8	18,5	15,4	1	29	10
36 347 €[4]	72,1	49,6	1,7	24,6	3	20	19

Statistiques de la FCGA
Source : Fédération des centres de gestion agréés - 2 rue Meissonier - 75017 Paris
Tél. : 01 42 67 80 62 ou www.fcga.fr

⚠ ***Attention, les ratios concernent des entreprises individuelles !***

CHARGES D'EXPLOITATION

- Frais de personnel. La masse salariale représente environ 26% du chiffre d'affaires (contre 41% dans la restauration classique).
- Approvisionnement en matières premières (liquides et solides).
- Le loyer.
- L'assurance.
- Autres : eau, gaz, électricité…
- Droits d'auteur à verser à la SACEM lorsque le restaurant diffuse de la musique.
- Publicité/Moyens de communication à mettre en place : soigner le logo, le style, l'image…

FINANCEMENT - AIDES SPECIFIQUES

Les banques proposent des prêts : Crédit Agricole, Société Générale, LCL, et les Banques Populaires, particulièrement proches des métiers du secteur, sans oublier Oseo.
Oseo - 27 avenue du Général Leclerc - 94710 Maisons Alfort Cedex - Tél. : 01 41 79 80 00
www.oseo.fr
Le porteur de projet doit cependant être capable d'apporter entre 30 à 40% de la valeur d'une affaire (en cas de reprise d'un fonds en 2009).

Penser au crédit bail pour financer les immobilisations ou le matériel. Les aides régionales au tourisme permettent parfois de compléter un financement (rénovation d'une cuisine par exemple).

[3] *Effectif : 3 personnes - résultat courant : 37 166 € - CA par personne : 79 599 €*
[4] *Effectif : 1 personne - résultat courant : 8 948 € - CA par personne : 34 757 €*

Autre contact utile : SIAGI, société de caution mutuelle pour le commerce et l'artisanat.
SIAGI - 2, rue Jean Baptiste Pigalle - 75009 Paris - Tél. : 01 48 74 54 00 - www.siagi.com

Plan de croissance adopté par les pouvoirs publics

17 mai 2006 : Le premier ministre, le ministre des PME et le ministre délégué au Tourisme, ont signé avec les organisations professionnelles, un "contrat de croissance en faveur de l'emploi et de la modernisation du secteur des hôtels, cafés, restaurants". Ce contrat vise à favoriser l'emploi et le développement des entreprises du secteur à travers 6 volets :

- l'amélioration et la simplification des aides à l'emploi instaurées en 2004,
- la mise en place de dispositifs d'encouragement à l'investissement et la création d'un titre de "maître restaurateur",
- l'ouverture, au profit des petites entreprises, d'une possibilité de recours simplifiée à des extras et à des heures supplémentaires pour pouvoir développer leurs activités, etc.

Etats généraux, contrat d'avenir et baisse de la TVA en 2009

Le ministère de l'Artisanat, des PME, du Tourisme et des Services a signé, le 28 avril 2009, avec les neuf organisations professionnelles représentatives du secteur le Contrat d'avenir de la restauration. Ce contrat inscrit les contreparties et les engagements de la profession suite à la baisse à 5,5% du taux de TVA dans le secteur, à compter du 1er juillet 2009. Parmi les engagements figurent une baisse des prix de 11,8% sur au moins 7 produits, 40 000 créations d'emplois sur deux ans, l'amélioration de la situation des salariés et des investissements de modernisation du secteur. Le surcroît d'investissement visera notamment l'aide à la transmission/reprise d'établissement. La modernisation du secteur sera financée grâce aux prêts d'Oseo. http://www.minefe.gouv.fr **et** www.oseo.fr

Le nouveau régime de TVA et les contreparties : voir les dossiers du SNARR www.snarr.fr

La loi de développement et de modernisation des services touristiques du 22 juillet 2009 institue une nouvelle contribution destinée à financer un fonds de modernisation de la restauration. Cette contribution porte sur les sommes encaissées entre le 1er juillet 2009 et le 30 juin 2012 au titre des ventes de produits alimentaires à consommer sur place ou à emporter, réalisées par les établissements d'hébergement ou de vente à consommer sur place (à l'exception des cantines d'entreprises).

Elle est égale à 0,12% de la fraction excédant 200 000 € du montant hors taxes des ventes réalisées au cours de l'année précédente ou du dernier exercice clos.
Source : loi n°2009-888 du 22 juillet 2009 (art 22), Journal officiel du 24 juillet 2009, p.12 352

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

CONDITIONS D'INSTALLATION

Qualification

Depuis le 2 avril 2009, toute personne déclarant l'ouverture d'un établissement pourvu de la "petite licence restaurant" ou de la "licence restaurant" doit détenir un **permis d'exploitation**. Sa durée de validité est de 10 ans.
Pour l'obtenir, il faut suivre une formation spécifique sur les droits et obligations attachés à l'exploitation de ce type d'établissement ainsi que sur des problématiques de santé publique (protection des mineurs, lutte contre l'alcoolisme, législation sur les stupéfiants et revente de tabac, lutte contre le bruit et lutte contre les discriminations). Loi n° 2006-396 du 31 mars 2006, Journal officiel du 2 avril 2006.

Un décret précise ces dispositions :
- la formation devra comporter au minimum 20 heures d'enseignement réparties sur au moins trois jours (ou 6 heures dans certains cas particuliers),
- en cas d'ouverture, de transfert ou de mutation d'un débit de boissons, les débitants sont autorisés à ne pas produire le permis d'exploitation, sous réserve que ce dernier soit présenté à l'autorité compétente au plus tard le 16 janvier 2008. Le texte précise également les conditions d'agrément des organismes dispensant cette formation.

Source : *décret n° 2007-911 du 15 mai 2007, Journal officiel du 16 mai 2007, p. 9183*

Un contact possible pour une formation : Asforest
http://www.synhorcat.com/asforest/sommaire.php3

Déclaration d'ouverture

Une déclaration d'ouverture d'établissement doit être faite auprès de la mairie (ou à la Préfecture de Police pour Paris), un mois avant le démarrage de l'activité.

REGLES ET USAGES DE L'ACTIVITE

L'obtention de licences

La "petite licence restaurant" suffit bien souvent dans la restauration rapide : elle permet de servir des boissons sans alcool, des vins, bières et autres boissons fermentées non distillées.
En cas de reprise, une déclaration doit être effectuée dans un délai de 15 jours avant l'ouverture auprès de la recette locale des impôts ou de la mairie ou de la Préfecture de Police selon le nombre et le type de licences visées. Consulter la Fiche Professionnelle APCE sur les débits de boissons.

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

Le service d'information réglementaire aux entreprises de la CCIP de Paris a publié plusieurs documents (téléchargeables sur le site www.inforeg.ccip.fr - Tél. 01 55 65 75 75)
Une fiche porte sur les formalités d'ouverture d'un débit de boissons permanent.
Consulter également la fiche APCE (la réglementation sur la petite licence restaurant pourrait évoluer en 2010) http://www.apce.com/cid40029/debit-de-boissons.html?pid=316

Dénomination

Le nom du restaurant est le premier outil de communication : explicatif, évocateur, symbolique, drôle, clin d'œil lié à l'emplacement… Organisez au besoin un brainstorming avec des amis ou associés. On est meilleur à plusieurs ! Et surtout, vérifiez auprès de l'Inpi, Institut national de la propriété industrielle - www.inpi.fr ou www.icimarques.com que ce nom n'est pas déjà utilisé par un concurrent ou qu'il n'a pas été déposé en tant que marque.

Le respect des normes de sécurité

Tout établissement recevant du public (ERP) doit respecter des normes de sécurité (Règlement de Sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public - arrêté du 22 juin 1990). Au-dessus du seuil de 200 clients, les normes sont encore plus sévères.
Voir le Journal Officiel du 30 mars 1965 modifié de nombreuses fois, brochure n° 1011 *Sécurité contre l'incendie* (à Paris aller à la Préfecture de Police). Consulter le *"Règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les ERP, Etablissements recevant du public*", parue au Journal Officiel du 11 août 1982.
La construction, la transformation et la reprise d'un restaurant sont ainsi encadrées par la loi. Un agrément est délivré, en cas de conformité, par les services techniques de sécurité de la mairie ou de la Préfecture de Police (Paris).
ERP : Renseignements sur le site l'APCE (mot clef ERP).
http://www.apce.com/index.php?pid=895
Etre très vigilant avec les friteuses.

Consulter les brochures parues au Journal Officiel : référence 1011, *sécurité contre l'incendie.*
Contact : mairie, et la Préfecture de Police à Paris.
Et un site utile : http://www.sitesecurite.com/flash.html

La prévention des risques professionnels est l'objet quant à elle d'une brochure publiée par l'INRS consacrée à la restauration rapide ; elle passe en revue tous les facteurs de risque dans l'entreprise www.inrs.fr

Accès aux handicapés

Les établissements recevant du public (ERP) que sont notamment les hôtels, cafés, restaurants sont soumis aux nouvelles règles d'accessibilité, issues notamment de la loi du 11 février 2005 et du décret du 17 mai 2006, qui permettent à toute personne handicapée d'y accéder et de bénéficier des prestations offertes dans des conditions adaptées.

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

La réglementation doit être applicable en 2015, il existe des subventions permettant de financer en partie la mise aux normes. Renseignements auprès des fédérations professionnelles.

Le respect des mesures d'hygiène

L'hygiène doit porter sur les aliments, les équipements et le personnel.

Lors de la création

Lors de la création, de la transformation ou de la reprise d'un restaurant, une déclaration doit être faite dans le mois qui suit l'ouverture aux services vétérinaires de la mairie (préfecture de Police à Paris) ou à la Préfecture du lieu d'activité. Il est conseillé, en outre, de rencontrer un vétérinaire ou un inspecteur des services vétérinaires de la préfecture avant de faire des travaux, afin de savoir si son établissement est en conformité avec la réglementation. Contacts :

- la direction départementale la CCRF, http://www.motoservices.com/permis/ddccrf/Msites.html
- les services déconcentrés de la DG alimentaire : direction départementale des services vétérinaires http://agriculture.gouv.fr/sections/ministere/organigrammes-missions/services-deconcentres/departements

Lors de l'exercice de l'activité

Les règles d'hygiène prédominent et sont contraignantes (on parle de "paquet hygiène"), mais doivent être respectées obligatoirement, sous peine de fermeture de l'établissement. L'exploitant doit se conformer à l'arrêté **du 9 mai 1995** sur l'hygiène des aliments remis directement au consommateur (JO du 16 mai 1995) (www.legifrance.gouv.fr)

Les obligations sont portées en termes de résultats et non plus de moyens. Trois outils permettent de satisfaire à ces obligations :

- le guide des bonnes pratiques associé à la formation du personnel,
- la traçabilité des aliments,
- la procédure d'auto-contrôle, qui s'inspire du système HACCP (analyse des risques et maîtrise des points critiques).

Aliments conservés plus de 5 jours : connaître les règles strictes de conservation, ainsi que pour le maintien des plats chauds (à 65 degrés). Les mets servis doivent être exempts de tous risques mécaniques ou toxiques.
Autres points : Le respect de la chaîne du froid, les conditions de conservation des aliments (température et durée de vie) et de cuisson, le nettoyage des équipements, les nuisances olfactives pour le voisinage. Sans oublier : le lavage des mains, le nettoyage des ustensiles, le stockage des produits d'entretien dans un endroit distinct. L'usage des thermomètres sonde est bien souvent impératif, de même que le relevé des différentes opérations avec la désignation des personnes ayant effectué lesdites opérations *(source : Snacks and food, automne 2007).*

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

Sources d'Informations sur l'hygiène et la sureté alimentaire:

- les organismes professionnels (*Un guide des bonnes pratiques* est toujours en cours de réalisation, en 2009 par le SNARR et la Direction Générale de l'alimentation ; il résumera les principales dispositions à prendre) ;
- la fiche de la DGCCRF qui a réalisé un récapitulatif sur ce sujet *restauration : hygiène des denrées alimentaires* : http://www.basse-normandie.com/drccrf/Fich_pro.htm

Le décret 71-636 du 21 juillet 1971, le décret 391-409 du 26 avril 1991 sont les deux dispositions de base auxquelles se sont ajoutés la directive européenne du 14 juin 1993, le règlement CE 852/2004 du 29 avril 2004 et **l'arrêté d'application du 9 mai 1995** qui réglementent l'hygiène des aliments directement remis au consommateur, modifié par l'arrêté du 19 octobre 2001 (on peut retrouver les textes au JO, Journal Officiel ou sur www.legifrance.gouv.fr, puis recherche experte).
Pour retrouver les textes de loi, décrets et arrêtés : www.legifrance.gouv.fr puis "recherche experte".
Ou sur le site du ministère de l'agriculture www.agriculture.gouv.fr

Les documents publiés au Journal officiel : www.journal-officiel.gouv.fr

- *Consommation : Matériaux au contact des aliments et denrées destinées à l'alimentation humaine*, brochure 1227.
- *Guide des bonnes pratiques hygiéniques - restaurateur* 2004 disponible aux JO ou au lien http://www.snackfoods.fr/PDF/reglementation.pdf
- *Hygiène alimentaire : produits végétaux prêts à l'emploi*, dits de IVème gamme, un guide des bonnes pratiques hygiéniques.

La norme ISO 9002 est la norme de certification de qualité.

Consulter les syndicats professionnels avant de se lancer (agencements) et après (alertes alimentaires signalées par le SNARR).

Contrôles et sanctions : Attention ! Les règlements d'hygiène et de sécurité sont très stricts. Ils donnent lieu, plus d'une fois sur deux, à des contrôles effectués par l'Inspection des services d'hygiène dans les deux ans qui suivent la reprise d'un restaurant. Il faut connaître les notes du service vétérinaire d'hygiène alimentaire.
L'établissement reçoit des visites régulières et impromptues du service d'hygiène de sa commune : après la découverte d'irrégularités, un rapport est établi par les inspecteurs de salubrité. Le gérant est obligé de réaliser les modifications demandées. Si rien n'est fait après ou une deux interventions, le commerçant encourt un procès verbal, une convocation par la gendarmerie ou le commissariat, suivie d'une audience devant le juge et une amende pouvant aller jusqu'à 4 000 €. Les sanctions vont donc de l'amende à l'emprisonnement, en passant par la fermeture de l'établissement ordonnée par le maire. Un exemple de contrôle effectué par la DGCCRF :
http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr/documentation/publications/revue/articles/resto_rapide.htm

La réglementation des prix et la protection du consommateur

Les prix sont libres. Cependant, l'arrêté du 29 juin 1990 modifiant l'arrêté du 27 mars 1987 oblige le restaurateur à afficher à l'extérieur sa carte, ses menus et un extrait de sa carte des vins.

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

A l'intérieur de l'établissement, des menus ou cartes identiques à ceux qui sont affichés à l'extérieur doivent être mis à la disposition de la clientèle. Par ailleurs, les notes remises aux clients doivent être détaillées : tout achat quel que soit son montant doit faire l'objet d'une facture.
L'origine des viandes doit être indiquée.

La caisse enregistreuse

Pour éviter tout conflit avec les administrations, il est indispensable de conserver les bandes des rouleaux de caisse enregistreuse (ventilation des ventes selon le taux de TVA).

L'animation

La diffusion de musique, l'organisation d'un karaoké, de concerts etc. nécessitent une autorisation préfectorale ; une redevance doit être payée à la SACEM, Société des Auteurs-Compositeurs-Editeurs de la Musique, à ce titre.
SACEM - 225 av. Charles de Gaulle - 92 521 Neuilly-sur-Seine - Tél. : 01 47 15 47 15
www.sacem.fr

L'interdiction de fumer

Signalons enfin l'interdiction de fumer dans les lieux publics au 1er février 2007, et depuis le 1er janvier 2008 dans les CHR. www.tabac.gouv.fr

Le respect de la langue française

Les termes employés pour évoquer les mêmes mots, dans des langues différentes, doivent être de la même taille. Renseignements auprès de la DGCCRF. www.dgccrf.bercy.gouv.fr

Les assurances

Le restaurateur, qu'il soit locataire ou propriétaire, doit être assuré pour les locaux contre certains risques (incendie, vol, dégât des eaux…). Il doit également prendre une assurance pour couvrir les risques inhérents à sa situation de commerçant (perte d'espèces, hold-up…).

Enfin, en vertu de l'article 1382 du Code civil, il encourt la responsabilité civile du chef d'entreprise (intoxication alimentaire…). Renseignements au CDIA, Centre de Documentation et d'Information sur l'Assurance. CDIA - 2 rue de la chaussée d'Antin
75009 Paris - www.ffsa.fr

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

Le développement durable

Des réflexions sont en cours concernant le tri sélectif des déchets et leur valorisation, la diminution des consommations d'énergie, le développement de l'utilisation des matériaux recyclés et la réduction des nuisances de toute nature. La mode est aux emballages biodégradables, le carton est ainsi prisé lorsque l'on privilégie un matériau recyclable ; néanmoins, le plastique reste encore le matériau le plus utilisé pour le packaging *(de source : Snack and Foods).* Un impératif : des bacs à graisse, pour ne pas polluer les eaux usagées. Une autre piste : se mettre en rapport avec des collecteurs d'huile usagée afin de permettre leur recyclage. Un contact possible :
http://www.ecogras.com/restaurateur/index.html
Un exemple : La chaîne belge Exki développe un concept de fast-food écolo : invendus donnés aux Restos du cœur, primes aux employés qui utilisent leur vélo ou les transports en commun, produits d'entretien 100% naturels, café équitable, assiettes en carton biodégradables…Etc ! http://www.exki.fr/

STATUT

Activité commerciale, notamment en cas de vente pour consommation sur place.

Activité artisanale en cas de fabrication artisanale associée à la vente au détail de plats à partir de produits frais pour consommation immédiate à emporter ou à livrer (camions de ventes de pizzas, quiches, tartes, tourtes, viennoiseries, sandwiches, crêpes, gaufres, frites, hamburgers, plats cuisinés divers, rôtisseries, etc.). Cette activité relève également de l'artisanat lorsque l'activité de vente pour consommation sur place reste minoritaire. Le code Ape est alors souvent le code APE 1089Z : fabrication et préparation de sandwiches.

ORGANISMES SOCIAUX

Pour un commerçant ou un artisan indépendant (non salarié) :

- Assurance Vieillesse / Retraite : une caisse dépendant du RSI www.le-rsi.fr
- Assurance Maladie : une CMR, Caisse Maladie Régionale relevant du RSI www.le-rsi.fr
- Allocations familiales : le RSI www.le-rsi.fr

- A noter : dès lors que le commerçant emploie un salarié, l'affiliation à l'ISICA devient obligatoire. ISICA, retraite prévoyance industries commerces agroalimentaires.
  ISICA - 26 rue de Montholon - 75305 Paris Cedex 09 - Tél. : 01 53 25 29 55. www.isica.fr

Rappel

Le cadre de la fiche professionnelle ne permet pas d'évoquer en détail les différentes structures juridiques, le calcul des cotisations sociales, etc. Retrouvez les aspects juridiques, sociaux et fiscaux de la création d'entreprise sur le site de l'APCE - www.apce.com ou sur celui du RSI - www.le-rsi.fr

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

STRUCTURE JURIDIQUE

Il existe différentes formes juridiques d'exploitation. Cependant, l'entreprise individuelle, l'EURL, la SARL et la SA sont les formes juridiques les plus répandues dans la restauration.

En 2008, les nouveaux chefs d'entreprises ont choisi comme structure juridique

Code APE	Sociétés	Entreprises individuelles
Restauration rapide	2 170	1 729

REGIME FISCAL

TVA

Contrat d'avenir de 2009 : la TVA passe à 5,5% dans la restauration sous toutes ces formes
http://www.baisse-tva-restauration.fr
http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr/consommation/restauration/restauration.htm

La restauration rapide s'engage à pratiquer dans chaque établissement une baisse d'au moins 5% sur les menus de référence des enseignes concernées (menus en version simple ou large).
Les restaurateurs s'engagent à préciser de façon lisible, à l'extérieur et à l'intérieur de leur établissement, les produits bénéficiant de la baisse des prix. Le ministère a déjà prévu une vitrophanie sur le thème "La TVA baisse, les prix aussi", que les professionnels devront apposer à l'extérieur de leur établissement pour informer les consommateurs.

Par ailleurs, La loi de développement et de modernisation des services touristiques du 22 juillet 2009 institue une nouvelle contribution destinée à financer un fonds de modernisation de la restauration. Cette contribution porte sur les sommes encaissées entre le 1er juillet 2009 et le 30 juin 2012 au titre des ventes de produits alimentaires à consommer sur place ou à emporter, réalisées par les établissements d'hébergement ou de vente à consommer sur place (à l'exception des cantines d'entreprises).

Elle est égale à 0,12% de la fraction excédant 200 000 € du montant hors taxes des ventes réalisées au cours de l'année précédente ou du dernier exercice clos.
Source : loi n°2009-888 du 22 juillet 2009 (art 22), Journal officiel du 24 juillet 2009, p.12 352

© Copyright APCE – Mise à jour 2009

6 - Contacts et sources d'information

INSTITUTIONNELS

- Ministère de l'agriculture
  Direction générale de l'alimentation
  251 rue de Vaugirard - 75732 Paris cedex 15 - Tél. : 01 49 55 58 11
  Etablit notamment les règles de bonnes pratiques d'hygiène (sortie d'un guide sur le sujet) et mène des actions sanitaires.

- Ministère de l'économie
  DGCCRF Direction générale de la concurrence de la consommation et de la répression des fraudes
  59, boulevard Vincent Auriol
  Télédoc 042 75013-Paris Cedex 13 - Tél.: 01 44 87 17 17 - www.dgccrf.bercy.gouv.fr

ORGANISMES PROFESSIONNELS

- SNARR, Syndicat National de l'Alimentation et de la Restauration Rapide
  9 rue de la Trémoille - 75008 Paris - Tél. : 01 56 62 16 16 - www.snarr.fr
  125 enseignes adhérentes, 1 200 adhérents et plus de 2 200 établissements en 2009 dont McDonald's et Quick.
  Depuis 2001, le SNARR concerne la restauration rapide et la restauration livrée.
  Les objectifs du syndicat : L'augmentation de la représentativité en enseignes et en nombre d'établissements afin d'assurer la pérennité financière et de témoigner de la vitalité de ce secteur d'activité. La défense des intérêts professionnels. Les actions de lobbying afin de démontrer les apports des entreprises en matière d'investissement, de création d'emplois, de développement de compétences et leur contribution aux métiers de service. Sans oublier une mobilisation en matière de reconnaissance de la formation et de la qualification professionnelle.

Divers

- Gira Sic Conseil, société d'étude spécialisée dans la consommation hors domicile
  95 boulevard Saint Michel - 75005 Paris - Tél. : 01 42 34 58 58 et www.gira-sic-conseil.fr

- Coach Omnium, cabinet d'études de marché, tourisme d'affaires, CHR
  52 boulevard du Montparnasse - 75015 Paris - Tél. 01 53 63 11 00
  www.coachomnium.com

6 - Contacts et sources d'information

FORMATION

La profession ne dispose pas de filière de formation bien établie. Les stages sont organisés en interne, la restauration rapide façonne ses collaborateurs elle-même, en mettant en place des écoles de management (exemple : Quick) 80% des directeurs et managers ont débuté comme équipier ! Au final, les employés arrivés parfois sans le Bac peuvent quitter certains groupes avec des équivalences Bac + 4, *de source Les Echos du 23 octobre 2006.*
La convention collective a mis en place des formations spécifiques qui ouvrent notamment la possibilité d'obtenir un certificat professionnel reconnu par la branche, le CQP "responsable opérationnel".
Organisme collecteur pour la formation continue : AGEFOS PME.
Formation de crêpier grâce au Greta de Quimper.

Se reporter aux ouvrages suivants :

- *Carnet ou fiche "actuel CIDJ"* sur *les métiers de l'hôtellerie et de la restauration,* Centre d'Information et Documentation Jeunesse - 101 quai Branly - 75015 Paris - www.cidj.com
- *Se former à l'hôtellerie restauration*, guide publié par Centre Inffo http://www.centre-inffo.fr/
- *Le guide des métiers de la restauration rapide*, les guides de l'étudiant www.letudiant.fr
- *Les ouvrières du fast-food : les enjeux sociaux du flux tendu dans la restauration rapide*, éditions L'harmattan.

SALONS PROFESSIONNELS

- **VAE expo**, salon consacré exclusivement à la restauration rapide, 23 et 24 septembre 2009 à Paris Porte de Versailles, nombreuses conférences et stands utiles pour les porteurs de projets
  Cette manifestation a pour objet de présenter des idées, des techniques, des produits et des matériels innovants. Elle a été organisée par Exposium et par Edygraf www.vaeexpo.com.
  Retrouver des extraits sur Tv pro
  http://www.tivipro.tv/chaine_salons.php?id=7061&id_salon=208&pageIndex=2
- **SIREST IDEAS**, salon des nouveaux visages de la restauration, et SIRHA, salon international de la restauration et de l'hôtellerie, organisateur Sepelcom www.sirest.com
- **EQUIP HOTEL**, Reed expo - Tél. : 01 47 56 50 00 (équipements des cuisines). www.equiphotel.com en novembre 2010 puis tous les 2 ans
- **SIAL**, salon International de l'alimentation - Tél. : 01 49 68 54 88 et www.sial.fr
- **ESSS,** salon européen du sandwich et du snaking, 10 et 11 février 2010 à retrouver sur http://www.sandwichshows.com

7 - Bibliographie

OUVRAGES ET ETUDES

- *Ouvrir un bar à thème, Ouvrir un restaurant à thème*, autant d'ouvrages ou pack créateurs publiés, Défis - Sid Presse Tél. 05 49 60 26 45. http://www.tpe-pme.com
- *S'installer dans la restauration rapide,* septembre 2009 http://www.puitsfleuri.com/fiche.php?pid=302&
- *Le marché du snacking*, avril 2009, Eurostaf *http://www.eurostaf.fr/fr/01etudes/agroalimentaire/enjeux_marche_resto_rapide/index.htm*
- *Ouvrir un fast-food et le gérer*, Yves Van De Calseyde, Edition BPI, 1994. http://www.editions-bpi.fr/chr-restaurant.asp (nombreux ouvrages sur la restauration)
- *Restauration rapide*, sommaire à retrouver sur www.xerfi.com
- *Nombreuse études sur la restauration rapide dans le monde* sur www.plusdetudes.com
- *Bien manger sur le pouce à Paris,* Jérôme Sorrel et Julien Ponceblanc, éditions de l'If, 2007
- Le service d'études de marché en ligne Creatests publie régulièrement les résultats des études réalisées dans le cadre d'un projet de création d'un restaurant de type rapide (sandwicherie, cafétéria). http://www.creatests.com
- Nombreux guides pratiques publiés dans la collection "boite à outils" de Gira sic sur les fonctions marketing, la gestion et la communication en restauration, l'optimisation du CA dans les meilleures conditions de rentabilité - Tél 01 42 34 58 74 et www.gira-sic-conseil.fr

REVUES ET ANNUAIRES

Les revues

- *Néo Restauration (*la bible de la restauration rapide*)*, qui publie notamment chaque année (en mars) un bilan de l'activité de la restauration - Tél. 01 56 79 43 00 et librairie Tél. 01 56 79 42 88 http://www.neorestauration.com
- *Snack and foods* : http://www.snackfoods.fr ou http://www.snacking.fr/ : le magazine du snaking et de la vente de repas à emporter. Parution tous les 2 mois
- *Le manager de l'alimentaire* www.manager-alimentaire.com
- *Rest'ho news* www.restho-news.com

7 - Bibliographie

- Restauration rapide : le retour des cantines ! http://www.tpe-pme.com/entreprendre/marches-porteurs/restauration-rapide-le-retour-des-cantines.html

- Une étude commerciale : http://www.oodoc.com/11119-marketing-restauration-rapide.php

- Un article dans la revue en ligne Daïci http://www.daici.com/pic/316/marche.aspx

Annuaire

Le guide de la vente à emporter et de la restauration de proximité, fournisseur, adresses des DDCCRF, des directions des services vétérinaires, rappel de la réglementation relative à l'hygiène…. www.snackfoods.fr

Editeurs professionnels

- Editions Edygraf www.edygraf.fr - 6 rue du Parc à Levallois Perret
- Edition BPI - Espace Clichy - 38 rue Mozart - 92 587 Clichy Cedex - Tél. : 01 41 40 81 30. http://www.editions-bpi.fr/chr-restaurant.asp

Comment commander une fiche professionnelle ?

Par Internet

http://www.apce.com/pid98/les-fiches-professionnelles.html
(acheter en ligne et télécharger immédiatement les fiches)

Par courrier

La vente à distance se fait à partir d'un bon de commande dans le catalogue des éditions que vous pouvez demander sur Internet (http://www.apce.com/pid353/librairie-apce.html) ou par courrier auprès de la librairie APCE

La librairie APCE pour Entreprendre
14 rue Delambre - 75014 Paris
Métro : Vavin (ligne 4) ou Edgar Quinet (ligne 6)
Tél. : 01 42 18 58 80 - Fax : 01 42 18 58 00
e-mail : librairie@apce.com
Horaires : du lundi au vendredi : 10h-13h et 14h-17h

Comment connaître les titres de la collection et les dates de parution ?

En consultant la liste des fiches (et leur date de réactualisation) sur le site Internet de l'APCE/rubrique librairie. Une fiche est réactualisée environ tous les deux ans.

Consulter aussi la rubrique "Questions fréquentes" du site
http://www.apce.com/pid6186/faq-des-fiches-professionnelles.html?espace=1
sur les fiches professionnelles : comment obtenir de l'information sectorielle en l'absence de fiche, comment se procurer une facture, comment accéder au résumé de la fiche, etc ?

Une question ? Une remarque ?
Tél. : 01 42 18 58 76 ou vinay@apce.com

© Copyright APCE – Mise à jour 2009